

İHAP HULUSİ'NİN MARKALAR İÇİN YAPMIŞ OLDUĞU AFİŞ TASARIMLARINDA TİPOGRAFINİN KULLANIM BİÇİMİ VE GELİŞİMİ

THE USAGE AND DEVELOPMENT OF TYPOGRAPHY IN THE POSTER DESIGNS THAT İHAP HULUSİ MADE FOR BRANDS

Öz

Tipografi yazının bulunuşundan itibaren ve bunu izleyen süreçte matbaanın icadı ile hayatımıza giren ve birçok alanda kendini gösteren bir iletişim sanatıdır. Oluşturulan ilk yazıdan günümüze kadar dilin işlevine ve verilmek istenen mesaja, aradaki iletişim bağına göre tipografinin kullanımı değişiklik göstermektedir. Tipografi, bir mesajın iletilmesindeki önemli etkenlerden biri olduğu gibi bu işlevi yaparken belli kaygıları da beraberinde getirmelidir. Bir yazı sitili incelenirken espas, serifli, serifsiz, görsel bütünlük ve okunabilirlik gibi kriterler ile değerlendirilmelidir. Türkiye’de Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze kadar olan süreçte tipografinin afişlerde kullanım alanlarını ve nasıl bir değişim geçirdiğini tespit edebilmek adına önemli olan bu araştırmanın amacı, geçmişte var olmuş ve hala devam etmekte olan marka ve ürünlerin tasarımlarını tipografik kriterler ile incelemektir. Bu inceleme, geçmişte İhap Hulusi Görey’in grafik tasarım ürünlerini yaptığı firmalar ve bu firmaların güncel tasarımlarında kullanılan tipografik unsurlar üzerinde olmuştur. Bu iki farklı dönem arasındaki geçişin analizini ve tespitini yapabilmek için önce İhap Hulusi Görey’in firmalar için yaptığı grafik ürünlerin çözümlemesi sonrasında ise güncel, bilgisayar teknolojileri ile hazırlanan tasarımların çözümlemeleri yapılmıştır. Çözümlemeler her iki dönemin tasarımda kullanılan araç ve gereçleri, (fırça, boya, sayısal teknolojiler, kağıt vb) dönemin sosyal imkanları dikkate alınarak yapılmıştır. Araştırmada tipografi analizlerinin yapılabilmesi için bir analiz tablosu hazırlanmış ve seçilen sekiz (8) çalışma bu tabloya göre değerlendirilmeye alınmıştır. Dolayısı ile belirtilen konular kapsamında araştırmanın amacı hem İhap Hulusi Görey’in Türk Grafik Tasarımına yaptığı katkıları incelemek hem de belirlenen firmaların günümüzdeki tasarımlarını görme üzerine oturmuştur. Sonuç olarak İhap Hulusi Görey’in grafik tasarım ürünlerini yaptığı firmalar ve bu firmaların güncel tasarımlarında kullanılan tipografik unsurları tasarımın yapıldığı şartlar ve döneme ait materyal imkanları gibi kriterler göz önünde bulundurularak incelenmiş ve bulgular maddeler halinde yazılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tipografi, İhap Hulusi Görey, Afiş

Abstract

Typography is an art of communication that has entered our lives with the invention of the printing house and manifests itself in many fields since the invention of writing and in the following period. It varies according to the function of the language, the message to be given and the communication link in the process from the first writing created until today. As typography is one of the important factors in the transmission of a message, it should also bring certain concerns while performing this function. While examining a writing style, it should be subjected to certain criteria, observations and analyzes created for it. In Turkey, the republic's early years to the present process in the areas of typography and posters of this research is important in order to be able to determine how to spend a process and it is to examine the designs of brands and products that have existed in the past and are still ongoing, based on typography design. The mentioned review has been on the companies that İhap Hulusi Görey made graphic design products in the past and the typographic elements used in the current designs of these companies. In order to analyze and determine the transition between these two different periods, firstly, the analysis of the graphic products made by İhap

Hulusi Görey for the companies, and then the analysis of the designs made according to the current design understanding and likings. The analyzes were made by considering the design tools and materials, printing and distribution etc. of both periods. In order to make typographic analyzes in the study, an analysis table was prepared based on expert opinions and Eight (8) selected studies were evaluated according to this table. Therefore, within the scope of the mentioned subjects, the aim of the research is based on both examining İhap Hulusi Görey's contributions to Turkish Graphic Design and seeing the ongoing design processes of the companies determined. As a result, the companies that İhap Hulusi Görey made graphic design products and the typographic elements used in the current designs of these companies were examined by taking into account the characteristics of the period they belonged to and the findings were written in articles.

Keywords: Typography, İhap Hulusi Görey, Poster

Giriş

Problem Durumu

İletişim, insanlık tarihi boyunca etkili bir yaşamın, bilgi, beceri ve deneyim aktarımının sağlıklı olarak devam edebilmesi ve gelişmesi için önemlidir. Öğrenilen bir durum olan ve doğduğumuz andan itibaren başlayan iletişimin farklı türleri olsa da her biri yine aynı amaca hizmet etmektedir. İnsanlık hayatın devamı ve döngüsü için iletişim içerisinde bulunmaktadır. Teknolojik gelişmeler, değişen yaşam koşulları, imkân ve ortamlar yeni iletişim yolları türettiği gibi var olanı da gelişmeye itmektedir. Tasarım, teknoloji ve yaratıcılığın birleşmesi ile başlayan ve bir iletişim süreci olan görsel iletişim için afiş tasarımı mesajın iletilmesinde önemli araçlardan biridir. “Afişler, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu grafik ürünlerdir. Kübizm, Dışavurumculuk, Art Nouveau, Art Deco, Bauhaus, Uluslararası Tipografik Stil gibi modern sanat ve tasarım akımlarının çağdaş afiş dilinin gelişimine büyük etkisi olmuştur. 1798’de Alois Senefelder’in taşbaskı tekniğini buluşundan sonra geliştirilen renkli taş baskı teknikleri, afişin sanatsal bir yapı kazanmasında önemli rol oynamıştır. Çağdaş afiş tasarımının ilk temsilcileri; Jules Cheret ve Henri de Toulouse-Lautrec’dir” (Becer, 2013 : 201-202). Afiş tasarımında önemli noktalardan biri görsel mesajı destekleyen slogan yazılarıdır. Sloganlar tipografik unsurlar olarak kompozisyonların ayrılmaz elemanlarıdır. Bir mesajın iletilmesinde önemli etkenlerden biri olduğu gibi bu işlevi yaparken mesaj okuyucu için anlaşılabilir mi? tasarım; renk, zemin, şekil, tipografi veya kompozisyon gibi kriterin sahip olması gereken özelliklerini yansıtıyor mu gibi soruları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle afişlerde kullanılan bir font stilini incelerken bu belirlenen kriterler ışığında ele alınmalıdır. Dolayısı ile araştırma konusu, geçmişte var olmuş ve hala aktif faaliyette olan dört marka ve bu markaların eski ve yeni olmak üzere toplam sekiz çalışma tipografik açıdan incelemek için ele alınmıştır. Yukarıda belirtilenlere dayalı olarak hem İhap Hulusi Görey’in seçilen firmalar için yapmış olduğu tasarımları incelemek ve bu firmaların

günümüz tasarımlarını inceleyerek tasarımların zaman içinde nasıl süreç geçirdiğini değişim ve gelişimlerini saptayabilmek makalenin gerekçesini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, İhap Hulusi Görey'in yapmış olduğu tasarımların Türkiye'de grafik tasarımın gelişmesine ne gibi katkıları olduğunu ve Görey'in araştırma kapsamı içerisinde bulunan firmalar için yapmış olduğu afiş tasarımlarının mevcut durumunu ve bu firmaların güncel tasarımlarını incelemektir.

Araştırmanın Önemi

Tipografi, bir tasarımın kimliği olarak görev üstlenirken afişte verilmek istenen mesajın sağlıklı bir şekilde karşı tarafa aktarılabilmesi için görsel mesajla ve ana tema ile uyumlu yazı karakterleri seçilmeli ve tasarım ilkeleri doğrultusunda bir bütünü oluşturmalıdır. İnsanlar yüzyıllardır iletişim içindedirler ve bu iletişim, görsel iletişim tasarımının temelini oluşturan olgudur. Bir mesajın karşı tarafa sağlıklı bir şekilde iletebilmesi için belirli öğeleri taşınmalıdır. Bu öğeler; mesajın açıkça anlaşılabilir olması, mesajın aktarılmasında kullanılan kaynağın doğru seçilmesi olarak söylenebilir. Grafik tasarım tarihine bakıldığında, dijital font ailelerinin henüz kullanılmaya başlanmadığı zamanlarda da tasarımcıların tipografiyi kullandıkları görülür. Ancak ilerleyen zaman içerisinde kullanılan tipografinin yapısal ve kullanım biçimleri olarak değişime uğradığı yadsınmaz bir gerçek olmaktadır. Türkiye'de, Cumhuriyet döneminde İhap Hulusi Görey'in çalışmalarıyla batılı anlamda afiş tasarımının temellerinin atılmış ve bu çalışmaların gelecek kuşaklara, tasarımın yapıldığı dönemin izlerini açıkça gösterdiği söylenebilmektedir. Grafik tasarım alanında öncü olan İhap Hulusi Görey, yurt içi ve yurt dışı birçok kurum ve kuruluşa çalışmalar yapmıştır. Savaştan çıkmış ancak modern ve gelişen Türkiye olma adımlarını sürdüren Türkiye Cumhuriyeti için yaptığı çalışmalarda, ülkemiz için gelişim olgusunu başarılı bir şekilde uyguladığı bilinmektedir. Afiş tasarımında önemli nokta verilmek istenen mesajın anlaşılır ve konuyla olan bağlantısının açık seçik olması gerekliliğidir. Yapılan afişte bu etkileri verebilmek için tasarım kriterlerinin dışında dönemin etkileri, sanatçının tarzı ve yaşamı gibi durumlar oluşan tasarımlar üzerinde etki bırakmakta ve değerlendirilme aşamasında bunları bilerek değerlendirme yapılması gerekmektedir. Türkiye'de yapılan afiş çalışmalarından Cumhuriyet dönemi afişleri manuel olarak el becerisi ve işçiliğiyle yapılmıştır. Yapılan bu afiş çalışmalarının çoğaltım imkânı ise günümüz koşullarına nazaran daha zor ve uzun zaman alan çalışmalar gerektirmiştir. Bu bağlamda değerlendirilmek için seçilen afiş çalışmalarının dönem şartları ve tasarım kriterleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi geçmiş ve gelecek arasında afiş taşıma alanında yaşanan değişim ve gelişimleri saptamak adına önemli bir araştırma olmaktadır.

Sınırlılıklar

Araştırmada İhap hulusi Görey'in Cumhuriyet döneminde dört farklı firma için yapmış olduğu afiş tasarımı ve bu firmaların güncel afiş tasarım örnekleri seçilerek toplamda sekiz afiş çalışmasının incelemesi yapılmıştır.

Türkiye’de Grafik Tasarım Olgusunun Gelişimi

Grafik tasarım alanını baskı sanatı ve teknolojisinden ayrı düşünmek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle Türkiye’de ilk kurulan basımevinin, Türk grafik sanatının ilk filizlendiği ortam olduğunu belirtmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Rönesans’ın Avrupa’nın kültür yaşantısına kazandırdığı değerler, 18. Yüzyıl başlarından itibaren Osmanlı toplumunu da etkilemiştir. Bazı Osmanlı aydınları Batı’daki bu uyanışın farkında olarak, Avrupa’daki toplumsal ve düşünsel yeniliklerin Osmanlı toplumuna da aktarılması fikrine sahip olmuşlardır. Bu yeniliklerin ilki, savaş ve savunma bilimi konularında uygulanmaya başlamış; ordu, yeni baştan teşkilatlanmıştır. Osmanlı toplumu, Batı’da ikiyüz yıl önce başlayan teknolojik gelişmelere yeni yeni adapte olmaktaydı. Bu adaptasyon sürecinde ilk Türk basımevi, 1727 yılında Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından kurulmuştur. Ancak böyle bilinmekle birlikte Türk topraklarında ilk basımevinin kuruluşu, çok daha eskilere uzanmaktadır. Yahudi asıllı Prof. Avram Galanti *Türkler ve Yahudiler* isimli eserinde, 1492’de İspanya’dan Osmanlı’ya göç etmek zorunda kalan Yahudilerin, İstanbul’da matbaa kurduklarını ifade etmektedir. Aynı eserde 1450’de ilk olarak kullanılmaya başlanan hareketli matbaanın henüz Avrupa’da bile yaygınlaşmadan İspanya’dan göç eden Yahudiler vasıtası ile 1493 gibi erken bir dönemde önce İstanbul, sonra da Selanik’te kurulmuş olduğundan bahsedilir (Durmuş, 2017: 956). İbrahim Müteferrika matbaasının açık olduğu süre içinde (1728-1742) toplam 23 cilt tutan 17 eser basılmıştır. Bu kitapların 11 tanesi tarih, 3 tanesi dil ve diğer 3 tanesi de coğrafya, mîknatıs ve askerlik üzerinedir (Altuntek, 1993, s.196). İbrahim Müteferrika’nın 1745’te ölümünden sonra Türk Basım sektörü uzun süren bir krize girmiştir. Müteferrika’nın çoğaltma yoluyla kitap fiyatlarını ucuzlatma ideali, ne yazık ki daha sonraki yıllarda da gerçekleşmemiş; bilgi, yönetici azınlığın tekelinde kalmıştır. 1850 sonrası dergi yayıncılığına ve posta pulu basımına başlanmıştır. O yıllarda grafik tasarım konusunda uzmanlaşmış sanatçılar bulunmadığından, bu işleri ressam, hattat ya da kaligrafi sanatçıları üstlenmiştir. Türkiye’de grafik tasarım alanında uzmanlaşma Cumhuriyet’in ilanından sonra başlamıştır. 1920’lerde Münih Fehim, İhap Hulusi ve Kenan Temizan kitap kapağı, basın ilanı ve afiş alanında yaptıkları o dönemin nitelikli çalışmalarıyla Türk grafik tasarımına ve illüstrasyona öncülük etmişlerdir. Münih’te geçirdiği iki yıl boyunca resim tekniğini geliştiren sanatçı, 1923-25 senelerinde resmi ticari bir faaliyete dönüştürebileceği afiş ve gazete ressamlığı için Kunstgewerbe Schule’nin Afiş bölümüne devam etmiştir. Burada ise döneminde dünyaca ünlü afiş sanatçısı Ludwig Hohlwein’in yönetiminde ve etkisinde afiş ve basın ilanları üzerine çalışmıştır. Hohlwein afiş sanatında “Plakatstil” adı verilen tarzın öncüsü olarak dünya afiş sanatında önemli bir yere

sahiptir. Plakatstil, Almanya’da 1905 ve 1920 yılları arasında Lucian Bernhard, Hans Rdi Erdt, Julius Gipkens ve Ludwig Hohlwein dörtlüsünün katkısıyla oluşturmuştur. 1920’lerin sonunda bu yaklaşım ticaretle sanatın iç içe olması gerektiğini dile getiren Alman, Macar ve Hollandalı tasarımcılardan oluşan “Yeni Reklamcı Tasarımcılar Grubu” tarafından benimsenerek geliştirilmiştir. Plakatstil üslubunu kısaca anlatmak gerekir ise Avrupa’da 19. Yüzyılın sonlarına doğru afişin bir reklam aracı olarak kullanılması, “sanat ticaret içindir” anlayışının doğuşuna sebep olmuştur. Kökleri Arts and Crafts’dan ve Fransa’da Art Nouveau akımına dayanmaktadır (Tunabaysal, 2020: 6). Avusturya’da kullanılmaya başlanan taş baskı ile yapılan afiş çalışmaları ve çoğaltımları, zaman alan ve masraflı bir işti. Fransa’da Art Nouveau hareketinin başlangıcı ile yeni bir baskı modeli olarak geliştirilen “üç taşlı baskı” tekniği, sanatçılar için daha fazla renk kullanabilme imkanı sağlamıştır. Bu dönem içinde yapılan afiş çalışmalarına bakıldığında kırmızı ve sarıları, etkileyici desenleri görebilmek mümkündür. Geliştirilen bu teknik ile afiş tasarımı dünyada yaygın bir hal almaya başlamış ve bu da kitle iletişiminin temeli olmuştur. 1890’lı yıllarda başlayan “Güzellik Çağı (Belle Epoque)” ile poster çılgınlığının olgunluk evresine girdiğinden bahsedilmektedir. 1894’te Çekoslovak Alphonse Mucha (1860-1939) “Gismond” afişi ile Art Nouveau dönemine damgasını vuran isimlerden biri olmuştur. Afiş, artık gerçek anlamda bir sanat dalı olarak kabul edilmiş, kataloglar oluşturulmuş, açık arttırmalar düzenlenmiştir. İtalya ve İngiltere’de 1894’te, Almanya’da 1896’da Rusya’da 1898’de ilk afiş sergileri düzenlenmiştir. *1896’da Fransa’da düzenlenen bir afiş sergisinde, farklı ülkeler için oluşturulmuş seksiyonlarda 1690 afişin sergilendiği söylenmektedir* (Merter, 2007: 11). Yüzyıllar önce ortaya çıkan afiş sanatı Türkiye’de Cumhuriyet öncesine dayanmaktadır. Savaş, seferberlik gibi konular üzerinde yapılan çalışmalar, matbaanın Türkiye’ye gelmesi ve sinemanın, tiyatronun gelişimi ile giderek daha özgün ve sanatsal içerikler üretilmeye başlanmıştır. Cumhuriyet döneminde ise, bu çalışmalar sanayinin gelişmesi ile de ilerlemeye devam etmiştir. Bilinen ilk sanatsal afiş çalışması Ferah Tiyatrosu için hazırlanan afiş çalışmasıdır. Afiş sanatına renk ve tipografi gibi daha zengin içerikler ile özgünlük kazandıran sanatçı İhap Hulusi Görey, batılı üslupla Türk tasarım ve görselleme anlayışını uyumlayarak yaptığı eserlerle kendinden söz ettirerek dönemin önemli tasarımcılarından biri olmuştur. Atatürk tarafından da fark edilen İhap Hulusi, Atatürk’ün isteği üzerine Ülku’nün çizimini yapmıştır. İhap Hulusi Görey yaptığı çalışmalarda çoğunlukla gelişen, büyüyen Türkiye olgusunu ve modern insan algısını oluşturmayı amaç edinmiştir.

İhap Hulusi Görey

1898'de Mısır'ın Kahire şehrinde doğan İhap Hulusi, ilk ve orta tahsilini Kahire'nin İngiliz okullarında yapmıştır. 1920 yılında resim eğitimi almak üzere Almanya'ya gitmiş, önce Münih'te Haimann Schule'ye devam ederek tahsilini tamamlayıp yurda dönmüştür. Türkiye'ye dönüş yaptıktan sonra batılı bir anlayışla afiş tasarımlarının ilk örneklerini vermiştir. İhap Hulusi Görey 1928-1975 yılları arasında Tayyare Bileti, yeni adıyla Milli Piyango İdaresi için afiş ve bilet çalışmaları yapmıştır. Bunların dışında Ziraat Bankası, İş Bankası, Sümer Bank, Kızılay, Yeşilay, Akbaba Dergisi, Kulüp Rakısı, Birinci Sigarası, Bayer, Kurukahveci Mehmet Efendi ve daha birçok firmanın grafik tasarım ürünlerini yapmıştır. Arapça, Almanca, İngilizce ve Fransızca bilmesi nedeniyle Dışişleri Bakanlığı'nda çalışması istenmiş, ancak o eğitimini aldığı alanda çalışmayı tercih etmiştir. Akbaba Dergisinde Münih Fehim ve Ramiz'le birlikte çalışmıştır. İhap Hulusi, afişi yaparken buluşun önemine değinerek *“seyredenlerin ilgisini çekmeli ve düşündürmeli”* diye tasarım yapmanın ilkelerini oluşturmaya başlamıştır. İhap Hulusi, Kuzey Avrupa grafik geleneğini üzerine inşa edilmiş olan afiş sanatının daha önce de bahsedildiği gibi Türkiye'deki öncüsü olmuştur. Dönemin çağdaş Alman ekolünün değerlerini taşıyan İhap Hulusi, Münih'te aldığı eğitim ile L. Hohlwein'in çizgisinde ilerlemiştir. 1940 yılında kaleme aldığı *“Resimle Reklam Yapmak”* adlı yazısı onun afiş sanatını, *“reklamı resimle yapmak”, “ticareti alakadar eden resim neveleri”, “ilan resimleri”* şeklinde değerlendirmektedir. Türkiye'deki afiş sanatçılarından onu ayıran en önemli özellikte bu çizgide ilerleyen yaklaşımı olmuştur. İhap Hulusi, hocası Ludwig Hohlwein gibi büyük ölçüde fotoğraftan yararlanmıştır. Çalışmalarında kullandığı İstanbul fotoğrafları, afişlerinin de önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Fotoğrafların kullanımı ise konuya uygun olarak ya yeni çekiliyor ya da var olan fotoğrafların yardımı ile oluşturuluyor. Karşılaştırma bölümünde detaylıca inceleyeceğimiz üzere, Hohlwein'in eserlerinde görülen sağlamlık, bütünlük üzerine yoğunlaşan desen gücü, İhap Hulusi'nin eserlerinde de görülmekte ve kompozisyonlar büyük lekesel değerlerden oluşturulmaktadır. İhap Hulusi'nin titiz ve arınmış bir sanat işçiliği ile bütünleşen afişlerinde ve milli piyango biletlerinde kullandığı suluboya tekniği, litografi ve renkler adeta sanat eseri niteliğine ulaşmaktadır. Dönemin baskı tekniği ile ilişkili olarak yarım tonlardan kaçan figürleri tam bir kontrasta dönüşmüştür. Afişlerini Türk ailesinin sosyal yaşantısını ve tarihini ifade eden illüstrasyonlarla resmetmiştir (Tunabaysal, 2020: 34).

Afiş Tasarımında Tipografi

Afiş tasarımında tipografi kullanırken, afişte kullanılacak olan diğer imgeler, göstergeler ve yazı karakteri birbirini desteklemeli ve uyumlu olmalı, görselle bir bütün oluşturmalıdır. Afiş tasarımı kendini okutma işlevini en iyi bir şekilde yerine getirmelidir. Yapılacak olan afiş tasarımında kullanılabilecek çok çeşitli font türü bulunmaktadır. Ancak doğru bir tasarım için en uygun olan font seçilmelidir. Seçilen font'un serifli, serifsiz, italik, bold, kerning, punto, bloklama, zemin şekil

ilişkisi, renk uyumu, seçimi gibi kriterler üzerinde durulmalı, bu kriterlere dayalı düzenlemeler yapılmalıdır. Bunu yaparken yazı karakterlerinin sahip olduğu kimliğe ve afiş tasarımının yansıttığı öğelerle uyumlu olacak biçimde afişin temasını desteklemeli, mesajı doğru iletmelidir. Puntunun algılanabilir olması, sloganın ve açıklayıcı bilgilerin kısa, öz, akılda kalıcı, okunabilir ve görseli destekleyici şekilde tasarlanması gerekmektedir. Okunurluk ve okuturluk; bu iki terim, çoğunlukla eş anlamlı kullanılır ancak okunurluk, belki bir yazı karakterinin doğasında olan x-yüksekliği, karakter şekli, kapatılmış alan büyüklüğü, çizgi kontrastı ve yazı ağırlığı gibi fiziksel özellikleri yoluyla bir harf biçimini diğerinden ayırt edebilme yetisini ifade eder. Bir gövde metni parçasının okunurluğu, standart punto büyüklüğü kullanımı, hassas satır aralığı ve doğru hizalamasıyla güçlendirilir. Bilginin mutlak berraklığı, müdahale eden etmenlerin en az, seviyede oluşuyla birleştiğinde okunur yazı oluşur. Okunaklık, bir yazı veya tasarım parçasının “anlama” yetisini etkileyen özellikleriyle ilgilidir (Ambrose ve Harris,2014:104).

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırmada kullanılan verilerin nitel araştırma yöntemlerinden genel tarama modeli ile zamansal gelişim ve değişimleri saptanarak, medya ve doküman analizleri ile desteklenerek gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları ve Süreçleri

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden medya ve doküman analizine ve uzman görüşüne başvurulmuştur. Çalışmanın konusunu oluşturan tipografi değerlendirmesinin yapılabilmesi için Dr. Öğretim Üyesi Eren Evin Kılıçkaya ile bir tasarımda tipografi inceleme kriterleri üzerine görüşülerek ortak bir değerlendirme yapılmıştır. Bu değerlendirme sonucunda elde edilen kriterler ile seçilen afiş tasarımlarının değerlendirilmesi bulgular ve sonuç bölümünde detaylı olarak verilmiştir.

Verilerin Analizi

Belirlenen araştırma modellerine göre elde edilen verilerle yine araştırma modeline bağlı olarak İhap Hulusi Görey’in Cumhuriyet döneminde tasarımlarını yaptığı markalar ve bu markalardan halen aktif olarak ticari faaliyete devam eden firmalar için hazırlanan 10 tasarım, oluşturulan analiz tablosuna göre incelenmiştir. Analiz tablosundan elde edilen veriler, bulgular ve yorumlar kısmında ayrıntılı olarak verilmiştir. Analiz tablosunun oluşturulmasında Mutlu Er’in “İhap Hulusi Görey’in Cumhuriyet Dönemi Afişlerinin Göstergebilimsel Açından İncelenmesi” (Er, 2012: 120) isimli makalesi ve Hande Ata Güreşen’in “İhap Hulusi Görey’in Reklam Afişlerinin Göstergebilimsel Bir Analizi” (Güreşen, 2017: 29) isimli Yüksek Lisans Tezinden yararlanılmıştır. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Şehit Astsubay Ömer Halisdemir Merkez Kütüphanesinde ve elektronik kaynaklarda görsel ve literatür taraması yapılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde yukarıda belirtilen araştırma yöntemine dayalı olarak belirlenmiş olan sınırlılıklar içerisinde seçilmiş afişler, Dr. Öğretim Üyesi Eren Evin Kılıçkaya ile yapılan görüşme sonucunda çalışmaların değerlendirilmesi için okunabilirlik, serif, sans serif, dekoratif yazı, renk, zemin, şekil ilişkisi ve tipografik hiyerarşi gibi kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler ışığında her bir afiş için değerlendirme tablosu oluşturulmuştur.

Kurukahveci Mehmet Efendi

a) *İhap Hulusi Görey Afişi*



Görsel 1. Kurukahveci Mehmet Efendi - İhap Hulusi Görey Afişi

	TIPOGRAFIK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-İtalik..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	- Ana Başlık "Yeni Kahve Paketleri Her Yerde Satılıyor" - Alt Başlık "KuruKahveci Mehmet Efendi Mahtumları"	- Beyaz zemin üzerine siyah tonu kullanılarak yazılmıştır. - Siyah zemin üzerine beyaz tonu kullanılarak yazılmıştır.	- Tamamı serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. - Tüme göre "YERDE" ile "SATILIYOR" arasında kullanılan boşluk dikkat çekmekte. - Tamamı serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. - Farklı harf arası boşluk.	- Ana başlık ve alt başlık olarak kullanılan tipografik öğelerin punto değerlerindeki eşitsizlik hiyerarşide dengesizlik oluşturmuştur. - Bu hiyerarşik düzen afişe ilk bakıştaki odak noktasını dağıtmaktadır.
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOGRAFİK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
- Kadın - Erkek Figürü - Kahve Fincanı - Kahve Ambalajı	- İmgesel öğelerden oluşan afişte koyu-açık lekesel değerler kullanılmıştır. - Dikey bir kompozisyon vardır. - Ön-arka ilişkisine yer verilmiştir.	- Afişin odak noktasında siyah lekesel değerle resmedilen erkek figürü bulunmaktadır. - Odaktaki erkek figürünün sağında ve solunda yer alan (kadın-erkek) figürü yeşil tonlarda resmedilmiştir. - Ana figürün ve geri plandaki figürlerin elinde yer alan kahve fincanında yeşil tonları kullanılmıştır. - Afişin alt kısmına konumlandırılan kahve ambalajı üç boyutlu olarak resmedilmiştir.		

Tablo 1. Kurukahveci Mehmet Efendi - İhap Hulusi Görey Afiş Analizi

İhap Hulusi Görey'in bu marka için yaptığı afişte kullandığı tipografik öğeler incelendiğinde göze çarpan "YENİ KAHVE PAKETLERİ HER YERDE SATILIYOR" yazısı olmaktadır. Dönemin koşulları içerisinde elle yazılmış olan bu yazı stiline sans serif, olduğu söylenebilir. Ana başlık olarak da kabul edilebilecek bu yazının içindeki "A" harfinin kendine ait karakteristik yapısı, o dönem şartlarında oluşturulmuş bir afiş tasarımı için özgün olarak değerlendirilebilir. Üçgen bir formda oluşturulan "A" harfinin anatomisine bakıldığında crossbar'ın (köprü bağının) taban çizgisine paralel olmadığı görülmektedir. Gövde kalınlığına paralel bir crossbar kullanılmış ve bu da yazının özgünlüğünü arttırmıştır. Yazı içindeki diğer farklılık "O" harfinin anatomisinde de görülmektedir. "O" harfinin axis'inin (ekseninin) counter alanında (kapalı oda) farklı eğimde olduğu görülmektedir. Harfler arası kerning değerinin (harfler Arası Boşluk) el yazısına göre oldukça orantılı olduğu değerlendirmesi yapılabilir. Ana başlıkta dikkat çeken boşluk kullanımı "YERDE" ve "SATILIYOR" kelimeleri arasındadır. Bütüne bakıldığında kullanılan boşluğun bu iki kelime arasında daha da açıldığı görülmektedir. Bu durum kelimelerin, afişte kullanılan imgenin arkasında kalması nedeniyle okunaklılığının kaybolmasını önlemek amaçlı olduğundan kaynaklanmaktadır. Afişte ele alınan diğer bir tipografik öğe ise alt başlık olarak nitelendirilebilecek. "KURUKAHVECİ MEHMET EFENDİ MAHTUMLARI" yazısıdır. Sans serif ve köşeli formda harflerin kullanıldığı bir yazı stili vardır. "M" ve "A" harflerinden belli olan bu üçgen form yazı stili, kendi içinde orantılı bir kerning değerine sahiptir ancak

“KURUKAHVECI” yazısına bakıldığında bu değerin cümleinin bütününe göre daha aralıklı olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ana başlık ve alt başlık arasındaki hiyerarşiye bakıldığında ise bir dikkat dağılması görülmektedir. Hiyerarşik düzene göre ana başlığın, alt başlıktan daha büyük puntoyla ya da tam tersi alt başlığın, ana başlıktan daha az puntoyla yazılması hiyerarşik olarak bütünlüğün daha iyi verilmesini sağlayabilecektir. Ancak tamamen el yapımı olan bu tasarımları sadece günümüz tasarım koşullarına göre yorumlanması yanıltıcı olabilir. Bundan dolayı afişler yapıldığı dönem koşulları kapsamında kullanılan malzeme, araç ve gereçlere bağlı olarak yorumlanmalıdır. İmgesel öğeler açısından incelendiğinde ise afişin odak noktasında siyah takım elbiseli, elinde kahve fincanı olan erkek figürü görülmektedir. Dikey kompozisyonla yerleştirilen erkek figürü kendinden emin ve yüzündeki memnuniyet gülümsemesiyle afişte dikkati çeken öğelerden biri olmaktadır. Ana figürü destekler nitelikte figürün iki yanında (sağ-sol) kadın erkek figürü daha soft yeşil tonunda renklendirilmiştir. Ellerin kahve fincanları ile kahve içtikleri anlaşılan figürlerin yüz ifadesinde içtikleri kahveden memnun olduklarını gösteren bir tebessüm görülmektedir. Ana figürün elinde ki kahve fincanı renginin, arka planda kullanılan figürlerin rengiyle aynı tonda kullanılması kompozisyondaki odak noktasını ve bütünlüğü ana figürde toplayarak dikkat çekiciliği arttırmıştır.



Görsel 2. Satılıyor Yazı Analizi

b) Güncel Afiş



Görsel 3. Kurukahveci Mehmet Efendi Güncel Afişi

 *KURUKAHVECİ MEHMET EFENDİ GÜNCEL AFİŞ ANALİZİ	TİPOGRAFIK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-Italic..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	. Ana Başlık "Hayata Eşlik Eder" . Alt Başlık "Kurukahveci Mehmet Efendi 1871'den beri"	.Gri tonlarında degrade zemin üzerinde kahve tonları kullanılarak yazılmıştır. .Gri tonlarında degrade zemin üzerinde kahve tonları kullanılarak yazılmıştır.	.Serifli harfler ve baş harfleri büyük olarak yazılmış. .Black bir yazı fontu seçilmiş. .Tamamı serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. .Book bir yazı fontu seçilmiş.	.Ana başlık ve alt başlık olarak kullanılan tipografik öğelerin punto değerlerindeki orantı hiyerarşik dengeyi tamamlamıştır.
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOĞRAFIK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
. Kesik Kahve Fincanı . İnsan Figürleri "Kadın-Erkek"	.Fotografik öğelerden oluşan afişte zeminde gri tonlarında degradeli bir fon kullanılmıştır. . Dikey bir kompozisyon vardır. . Renk uyumuyla odak noktası verilmiştir.	. Afişin odak noktasında beyaz yarıyından kesilmiş içi gözüken kahve fincanı yer almaktadır. . Odaktaki fincan gerçekçi olarak verilmiştir. . Fincanın içinde yer alan ayrıntıda kadın-erkek insan figürleri yer almaktadır.		

Tablo 3. Kurukahveci Mehmet Efendi Güncel Afiş Analizi

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde göze çarpan ve ana başlık olarak nitelendirilebilecek "Hayata Eşlik Eder" yazısı dikkat çekmektedir. Gri zemin üzerine kahve tonlarında bir yazı kullanılmakla birlikte, afişte ortalı olarak kullanılan "Hayata Eşlik Eder" yazısında Acta Display Black İtalik fontu kullanıldığı görülmektedir. Font ailesinden Black yazı fontunun seçilmesi ve yazıda kullanılan punto değeri yazının dikkat çekiciliğini arttırmaktadır. Yazının üstündeki alanda kullanılan alt başlık olarak nitelendirilebilecek "Kurukahveci Mehmet Efendi 1887'den beri" yazısı da yine Acta Display fontunun Book Italic yazı ailesiyle yazıldığı söylenebilir. Bu yazı için Book Italic fontunun seçilmesi ve punto değeri olarak büyük olması ana başlığın öne çıkmasını ve afişteki dikkat çekiciliği arttırmıştır. Afişe genel olarak bakıldığında hiyerarşik bir dengeye sahip olduğu görülmektedir. Yine afişte kullanılan marka logosunun dikkat çekici bir yerde ve boyutta kullanıldığı anlaşılabacaktır. Logonun kullanıldığı arka zeminde beyaz aydınlatma alanı logonun dikkat çekiciliğini arttırmıştır. Ana başlık ve alt başlık birbirine ortalı bir şekilde orantılanmıştır. ¹İmgesel öğeler açısından incelendiğinde ise merkezi konumda kullanılan kahve fincanı dikkat çekmektedir. Kahve fincanının ortasından alınan kesit nedeni ile-fincan içerisinde oluşturulan görsel kompozisyonda, realist insan görüntüleri ilgi çekici bir şekilde kullanılmıştır. Fincanın

¹ *Acta Display serifli bir fonttur, ilk kez 2010 yılında Dino dos Santos tarafından Şili gazetesi için tasarlanmış ve Black, Black Italic olmak üzere içinde 13 yazı ailesini barındırmaktadır.

dışında kullanılan ışık ve iç kısımda kullanılan ışık dikkat çekiciliği ve konuya olan ilginin doğrudan yansıtılmasını sağlayarak bir denge oluşturmuştur. Fincanın içeriğindeki ayrıntı incelediğinde, 7 kişiden oluşan insan figürlerinin olduğu anlaşılmaktadır. Güncel hayattan bir görüntüyü yansıtan ortamda toprak bir zemin ve taş duvar üzerinde oturan kişiler doğal bir görüntü oluşturmuşlardır. Kompozisyonda yer alan figürler yüz ifadeleri, ellerinde bulunan kahve bardakları ve bulundukları ortam bağlamında yorumlandığında markanın her ortamda tercih edilebilir olduğunu ve keyifli zaman geçirmenizi sağlayan bir marka olduğu imajı yaratmaktadır. Birbiri ile sohbet eder halde bulunan kişilerin oturma pozisyonlarına bakıldığında, birbirine sırtını yaslayarak karşılıklı güven mesajı vermesi markanın güvenirliliğine de gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda kişiler arasındaki samimiyetin yansıması olarak markanın yarattığı imajı desteklediği söylenebilir. Ayrıca kullanılan görüntüdeki renkler afişin arka fonunda kullanılan rengin üzerinde baskın olması dikkat çekiciliğini arttırmıştır. Doğal kahve tonları ile oluşturulan bu renk dengesi afişin alt kısmında konumlandırılan marka logosuyla da bir denge oluşturduğu görülmektedir.

Türkiye İş Bankası

a) *İhap Hulusi Görey Afişi*



Görsel 4. İş Bankası - İhap Hulusi Görey Afişi

 TÜRKİYE İŞ BANKASI 12 İKRAMİYE EVİNDEN BİRİ BELKİ DE SİZİNDİR "TÜRKİYE İŞ BANKASI İHAP HULUSİ GÖREY AFIŞ ANALİZİ	TİPOGRAFIK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-Italic..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	. Ana Başlık <i>"TÜRKİYE İŞ BANKASI"</i>	.Beyaz tonunda bir zemin üzerine siyah ve dekoratif yazı kırmızı tonlarından yararlanılarak yazılmıştır.	.Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. .TÜRKİYE ve BANKASI kelimeleri arasında kullanılan dekoratif İŞ yazısı odak noktası durumundadır.	.Afişte ilk dikkati toplayan İŞ yazısı olmaktadır. Afiş dengeli bir hiyerarşiye sahiptir.
. Alt Başlık <i>"12 İKRAMİYE EVİNDEN BİRİ BELKİ DE SİZİNDİR"</i>	.Beyaz zemin üzerinde sarı yazı alanı üstüne siyah yazı ile yazılmıştır.	.Tamamı serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. .Alt başlık hareketli bir görüntü ile oluşturulmuştur. .12 rakamı alt başlığın genel punto değerinden daha büyük kullanılmıştır.		
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .İşık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOGRAFİK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
. Hasır Sepet . Ev . Çiçek ve Yapraklar	. İmgesel öğelerden oluşan afişte koyu-açık renk tonlamaları kullanılmıştır. . Dikey bir kompozisyon vardır.	. Afişin odak noktasında hasır bir sepet bulunmaktadır. . Odaktaki sepetin içerisinde çiçekler ve bir ev kullanılmıştır. . Sepetin arka planında sulu boya etkisiyle mavi tonları kullanılmıştır.		

Tablo 4. *İş Bankası İhap Hulusi Görey Afiş Analizi*

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde ana başlık olarak nitelendirilebilecek beyaz zemin üzerine siyah "TÜRKİYE BANKASI" yazısının dikkat çekici olduğu görülmektedir. Ana başlıkta asıl dikkati toplayan kısmın yazı içerisindeki-"İŞ" kelimesinin büyük puntuyla kullanılmasıdır. Afişe bakıldığında "TÜRKİYE" ve "BANKASI" kelimeleri sans serif ve book bir yazı ailesi ile yazıldığı ve "İŞ" yazısı için dekoratif bir yazı seçildiği görülmektedir. 3 boyut etkisi ve kırmızı renk tonlarının kullanıldığı yazının içerisinde dekoratif imgeler bulunması yazının dikkat çekiciliğini arttırmıştır. Alt başlık olarak nitelendirilebilecek "İKRAMİYE EVİNDEN BİRİ BELKİ DE SİZİNDİR" yazısının sans serif ve bold bir yazı karakteri ile yazıldığı görülmektedir. Ayrıca yazının arkasında oluşturulan kıvrımlı sarı alan üzerinde yazının devam etmesi oluşan hareket hissinden dolayı dikkat çekmektedir. Alt başlığın başında kullanılan "12" rakamı da "İŞ" yazısından sonra odak noktasındaki diğer tipografik öğedir. Afişin genel olarak verdiği mesajla orantılı olarak kullanılan rakamın punto değeri mesajın net ve anlaşılır olmasını sağladığı görülmektedir. Hiyerarşik düzene bakıldığında yazının okunma sırası, verilmek istenen mesajın içeriğiyle örüntülü olarak dengeli bir şekilde okunmayı sağladığı söylenebilir. Özellikle "İŞ" yazısına bakıldığında yazının kıvrımlı hatlarla oluşturulması sepetin içerisinde yer alan çiçek imgesiyle estetik bir uyum oluşturduğu söylenebilir. İmgesel öğeler açısından incelendiğinde ise merkezi konumda kullanılan hasır sepet dikkat çekicidir. Sepette kahverenginin koyu-açık renk

değerlerinden yararlanılmıştır ve içerisindeki ayrıntıya bakıldığında sarı çiçekler ve yapraklar dikkat çekmektedir. Çiçeklerin arasına yerleştirilen ev imgesi çiçeklerle birlikte estetik bir görüntü oluştururken vaat edilen evin hediye olduğu izlenimini desteklemektedir.

b) Güncel Afiş



Görsel 5. İş Bankası Güncel Afişi

	TİPOGRAFİK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-İtalik..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	- Ana Başlık "İHTİYAÇ KREDİSİ" - Alt Başlık 1 "İHTİYAÇLAR BİRİKTİYSE TAM SİZE GÖRE" - Alt Başlık 2 "İŞ BANKASI'NDA"	3 boyut etkisinden yararlanılarak yazılmıştır. - Mavi alan üzerine beyaz tonunda yazılmıştır. - Lacivert alan üzerine beyaz tonunda yazılmıştır.	- Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır. 3 Boyut etkisi kullanılmıştır. - Tamamı serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmıştır.	Afişte ilk dikkati toplayan İHTİYAÇ KREDİSİ yazısı olmaktadır.
	İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOĞRAFİK Eserdeki Öğelerin Konusu	
- Erkek Figürü - Sarı Çiçekler - Doğal Dış ortam	- İmgesel öğelerden oluşan afişte koyu-açık renk lekeseleklikleri kullanılmıştır. - Dikey bir kompozisyon vardır.	- Afişin odak noktasında 3 boyutlu İHTİYAÇ KREDİSİ yazısı bulunmaktadır. - Zeminde doğal bir gerçekçi dış görünüm kullanılmıştır. - Kullanılan sarı çiçekler afişteki renk dengesini tamamlamıştır.		

Tablo 5. İş Bankası Güncel Afiş Analizi

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde göze çarpan ana başlık olarak nitelendirilebilecek "İHTİYAÇ KREDİSİ" yazısıdır. Mavi tonlarında gerçekçi doğa manzarasından oluşan arka plan üzerine beyaz tonlarında bir yazı kullanıldığı görülmektedir. 3 boyutlu tamamı Sans serif, büyük harflerden oluşan yazıda alt gölge kullanıldığı görülmektedir. Yazının punto değeri olarak büyük olması afişte dikkat çekiciliği ve mesajın karşı tarafa net olarak aktarılmasını sağlamıştır. Alt başlık olarak nitelendirilebilecek "İHTİYAÇLAR BİRİKTİYSE TAM SİZE GÖRE" yazısı sans serif, tamamı büyük harflerle yazılmıştır. "İHTİYAÇLAR BİRİKTİYSE" yazısında Soho Gothic Pro fontunun Regular yazı ailesinin ve aynı başlık içerisinde "TAM SİZE GÖRE" yazısında ise Soho Gothic Pro fontunun Extra Bold İtalik yazı ailesi kullanılmıştır. Kullanılan bu hiyerarşik düzenleme ile afişte okutulması amaçlanan yazının vurgusu öne çıkarılmıştır. Diğer alt başlık olarak nitelendirilebilecek "İŞ BANKASI'NDA" yazısında da Soho Gothic Pro fontunun Extra Bold İtalik yazı ailesinin kullanıldığı görülmektedir. Afişte kullanılan hiyerarşik denge verilmek istenen mesajın net ve okuyucunun dikkatini çekebilecek bir düzende oluşturulduğu değerlendirmesinin ardından "İHTİYAÇ KREDİSİ" yazısını okuyan birey "İŞ BANKASI'NDA" yazısı ile okuma takibini devam ettirmektedir. Kullanılan tipografik düzenlemenin baseline çizgisine paralel olması yerine eğik olarak kullanılması afişte tipografik düzen içinde yarattığı

hareketlilik etkisiyle odak noktasına dikkati çekmektedir. İmgesel ögeler açısından incelendiğinde ise merkezi konumda kullanılan erkek figürü dikkat çekmektedir. Erkek figürü odak noktasına yerleştirilen tipografik ögenin arkasında konumlandırılmış ve elinde bu ögeyi oluşturan “A” ve “K” harflerini tuttuğu görülmektedir. Günlük kıyafetler içinde olan erkek figürünün bakış yönünün yukarıya doğru olması “İHTİYAÇLAR BİRİKTİYSE TAM SİZE GÖRE” yazısına dikkati çekmekte ve figürün yüzünde var olan tebessümün memnuniyetini belirttiğini göstermektedir. Ayrıca afişte kullanılan erkek figürünün toplum tarafından tanınan popüler bir kişi olmasının afişe olan ilgiyi arttırdığı değerlendirilebilir. Afişin arka planında doğal ortamdan gerçekçi bir görüntü ve renk dengesi bakımından koyu açık ve zıt tonlardan yararlanıldığı görülmektedir. Kullanılan sarı çiçeklerin afişteki zıt renk dengesini sağladığını ve bu çiçeklerin verilmek istenen mesajın yer aldığı alan içinde kullanılması zıtlığın odak noktasına ilgiyi çekmesini ve mesajın ön plana çıkmasını sağladığı yorumu yapılabilir.

² *Soho Gothic Pro fontu sans serif bir fonttur ve Sebastian Lester tarafından tasarlanmıştır. Thin, Thin Italic, Light, Light Italic, Regular, Italic, Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, Extra Bold, Extra Bold Italic, Ultra, Ultra Italic, olmak üzere içinde 14 yazı ailesini barındırmaktadır. Modern bir görünüme sahip olan font ailesi birçok alanda kullanılmaktadır.

Bayer

a) *İhap Hulusi Görey* Afişi



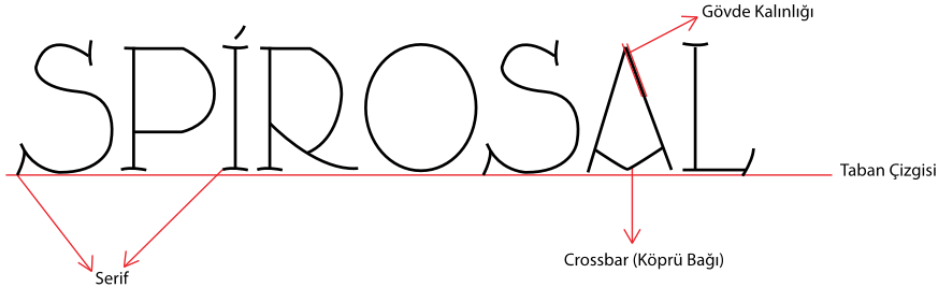
Görsel 6. Bayer - *İhap Hulusi Görey* Afişi

	TİPOGRAFİK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-Italic..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	. Ana Başlık "SPIROSAL MAHLULU"	.Sarı tonlarında zemin üzerinde kırmızı tonları kullanılarak yazılmıştır.	. Serifli büyük harfler kullanılarak yazılmış.	.Ana başlık ve alt başlığın kendi içerisinde hiyerarşik düzen vardır ancak bütüne bakıldığında bu hiyerarşik düzende dengesizlikler oluşmuştur.
. Alt Başlık "ROMATİZMA AĞRILARINDAN KURTARIR"	.Sarı tonlarında zemin üzerinde siyah tonları kullanılarak yazılmıştır.	. Serifli büyük harfler kullanılarak yazılmış.		
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOGRAFİK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
. Kadın Figürü . İlaç Kutusu ve Şişesi	.İmgesel öğelerden oluşan afişte zeminde sarı tonlarında bir fon kullanılmıştır. . Dikey bir kompozisyon vardır. . Renk tonlamalarına yer verilmiştir.	. Afişin odak noktasında ağrısı olan bir kadın figürü yer almaktadır. Kadının yüz ifadesi duruşudan ağrıdan kaynaklanan acıları görülmektedir.		

Tablo 6. Bayer İhap Hulusi Görey Afiş Analizi

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde göze çarpan ve ana başlık olarak nitelendirilebilecek "SPIROSAL MAHLULU" yazıdır. Sarı tonunda zemin üzerine kırmızı bir yazı kullanılmıştır. Ayrıntılara bakıldığında "SPIROSAL" yazısının büyük punto değeriyle ve "MAHLULU" yazısının daha küçük punto değeriyle yazıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca "MAHLULU" yazısı için afişte kullanılan imgenin konumundan kaynaklı "SPIROSAL" yazısına sağdan bloklu olarak yazılmıştır. Ana başlıkta serifli ve günümüz tipografi terminolojisinden de yararlanılarak yazının genel görünümü için ince bir yazı stili ile yazılmış olduğu değerlendirilebilir. Afişin yapıldığı dönemin koşulları göz önünde bulundurulduğunda oldukça dikkat çekici ve özgün harf karakterine sahip olduğu anlaşılan bu yazıda "A" harfinin anatomik yapısına bakıldığında bahsedilen özgünlük kavramı açıkça anlaşılmaktadır. Harf kalınlığının ince olduğu bu yazı, ana başlığın okunmasını zorlaştırmamıştır. "SPIROSAL" yazısı büyük punto değeri ile açıkça okunmayı sağlamaktadır. Alt başlığın "AĞRILARINDAN KURTARIR" yazısının diğer tipografik öğelere göre okunmasının biraz daha zor olduğunu fakat tamamı elle yazılmış olmasına rağmen afişteki tipografik öğelerin orantılı bir kerning değerine sahip oldukları ancak alt başlık olarak belirtilen tipografik öğenin aynı yazı stili ile yazıldığı halde boşluk değerinin ana başlığa göre daha az olduğu görülmektedir.

Hiyerarşik olarak bakıldığında yaklaşık aynı punto değerlerinde yazıların kullanıldığı afiş için gözün “SPİROSAL” VE “ROMATİSMA” yazıları arasında gidip gelmekte olduğu değerlendirilmesi yapılabilir. Yazı stilini daha iyi anlamak için “A” harfinin anatomik yapısını incelediğimizde üçgen formunda, köprü bağının ters üçgen çatısı şeklinde ve taban çizgisine yakın oluşturulduğu görülmektedir. İmgesel öğeler açısından incelendiğinde ise odak noktasında kadın figürü yer almaktadır. Yaşça büyük olan figürün vücut diline ve ellerinin olduğu konuma bakılarak ağırlarının olduğu söylenebilir ve yüzünde oluşan üzgün ifade de bu yorumu destekler niteliktedir. Kadın figürünün kıyafetlerinde kullanılan sarı tonu dikkat çekiciliği sağlanmıştır. Diğer imgesel öğe olarak ambalaj kutusu ve şişesi ele alınabilir. Bu imgelerin ayrıntılarına bakıldığında yeşil bir cam şişe üzerine etiket tasarımı yapıldığı görülmektedir. Etiket tasarımı ve ambalaj tasarımının kendi içinde renk uyumlarına sahip olduğu ve bu iki imgesel öğe kırmızı zemin rengi üzerine mavi desenle oluşturulmuş bir yazı çerçevesi ile yerleştirilmiştir. Çerçevenin iç tasarımı için ambalaj üzerinde siyah, şişe üzerinde ise beyaz zemin rengine sahip olduğu ve kullanılan yazı stilinin el yazısı olduğu söylenebilir. Yazıların rengine bakıldığında ise siyah zeminde beyaz, beyaz zeminde ise kırmızı renk tonu tercih edilmiştir.



Görsel 7. Spirosal Yazı Analizi

b) *Güncel Afiş*



Görsel 8. Bayer Güncel Afişi

	TİPOGRAFIK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil İlişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-Italic..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık İlişkisi
 "BAYER GÜNCEL AFİŞ ANALİZİ"	.Ana Başlık "HARFLERİN ÖTESİNDE YAŞAM"	.Yeşil, mavi tonlarında degrade zemin üzerine sarı yazı kullanılmıştır.	.Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış.	.Alt başlık, ana başlık ve verilmek istenen mesaj için kullanılan imgeleri desteklemek için kullanılmıştır. Bütüne bakıldığında hiyerarşik denge görülmektedir.
	.Alt Başlık "ONHRC DKSNV ZSOKN"	.Yeşil, mavi tonlarında degrade zemin üzerine siyah yazı kullanılmıştır.	.Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış.	
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOĞRAFIK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
. İnsan Figürleri	.İmgesel öğelerden oluşan afişte zeminde sarı ve mavi tonlarında bir fon kullanılmıştır. . Renk tonlamalarına yer verilmiştir.	. Afişin odak noktasında insan figürleri yer almaktadır. Ayrıntıya bakıldığında kişilerin birbiri ile etkileşim içinde oldukları farklı farklı kompozisyonlar görülmektedir.		

Tablo 8. Bayer Güncel Afiş Analizi

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde göze çarpan ve ana başlık olarak nitelendirilebilecek "HARFLERİN ÖTESİNDEKİ YAŞAM" yazısıdır. Yeşil mavi degradeli zemin üzerinde sarı tonunda kullanılan yazı için büyük harflerle ve Neue Helvetica Paneuropean 83 Extended Heavy yazı fontu ile yazılmış olduğu söylenebilir. Metnin tamamı ortalı blok ile sayfaya ortalanarak yerleştirilmiştir. Ana başlığın ayrıntılarına bakıldığında yazının arkasında siyah gölgelendirme kullanıldığı görülmektedir. Kare bir sayfa alanına oluşturulan kompozisyon içinde ana başlığın okunabilirliği konusunda zorluk yaşandığı ve bu durumun ana başlığın tamamının büyük harflerle, açık yeşil ve mavi tonlarında zemin üzerine sarı tonla yazılmasından kaynaklandığı görülmektedir. Alt başlık olarak nitelendirebileceğimiz "ONHRC-DKSNV-ZSOKN" harflerinin kendi içinde bir anlam bütünlüğü yoktur ancak ana başlığı ve afişteki ana temayı desteklemek için kullanılmaktadır. Alt başlık için kullanılan harflerin tamamı büyük harflerle, Ultra System Sans yazı fontu ile siyah tonuyla yazılmış ve aşağıya doğru gittikçe punto büyüklüğünün azaldığı görülmektedir. Yazının azalan punto değerlerinde kullanımı göz eşiği tablosunun anlatılmak istenmesi olmaktadır. İmgesel öğeler açısından incelendiğinde ise insan figürlerinin kendi aralarındaki iletişim açıkça görülmektedir. Kadın, erkek, çocuk, genç, yaşlı ve hayvan gibi figürlerden oluşan kompozisyonun ayrıntılarında figürlerin mutlu oldukları yansıtılmıştır ve birbirine sevgiyle sarılan ve dans eden insan figürleri bu değerlendirmeyi desteklemektedir.

Aygaz

a) İhap Hulusi Görey Afişi

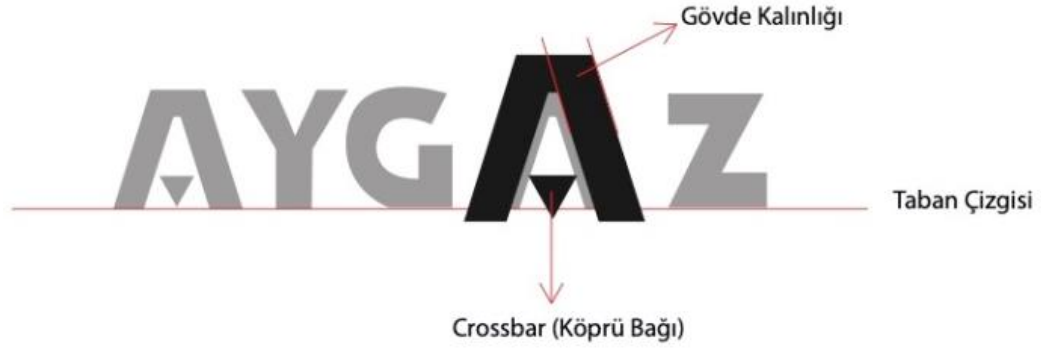


Görsel 9. Aygaz - İhap Hulusi Görey Afişi

 *AYGAZ İHAP HULUSİ GÖREY AFIŞ ANALİZİ	TİPOGRAFİK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil İlişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-İtalik..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık İlişkisi
	.Ana Başlık "AYGAZ" Alt Başlık "TEZEKLE ODUNU DEFETTİK - ALDIK RAHAT ETTİK"	.Beyaz tonlarında zemin üzerine kahve rengi yazı kullanılmıştır. .Beyaz tonlarında zemin üzerine kahve rengi yazı kullanılmıştır.	.Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış. .Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış.	.Alt başlık ve ana başlık arasında hiyerarşik düzen cümlelerin okunma yönünde verilmeye çalışılmıştır.
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOGRAFİK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
. Anadolu Kadını . Tüp . Ocak	.İmgesel öğelerden oluşan afişte zeminde beyaz tonlarında bir fon kullanılmıştır. . Dikey bir kompozisyon vardır. . Renk tonlamalarına yer verilmiştir.	. Afişin odak noktasında anadolu kadını yer almaktadır. Ayrıntıya bakıldığında kadının bir eli tüpte diğer elide AYGAZ yazısının altında olduğu görülmektedir.		

Tablo 9. Aygaz İhap Hulusi Görey Afiş Analizi

Afişteki tipografik öğeler incelendiğinde "AYGAZ" yazısı ana başlık olarak ele alınmaktadır. Ana başlığın ayrıntılarına bakıldığında tamamının büyük harflerle serifsiz bir yazı stili ile yazıldığı görülmektedir. Yazının harf kalınlığının fazla olması ve punto büyüklüğünün fazla olması yazıyı odak noktası haline getirmiştir. Serifsiz olarak kullanılan yazıda "A" harfinin özgünlüğü dikkat çekmektedir. "A" harfinde köprü bağının İhap Hulusi Görey'in kendi logosunda olduğu gibi ters üçgen şeklinde kullanmıştır. Alt başlık olarak nitelendirilebilecek olan "TEZEKLE ODUNU DEFETTİK – ALDIK RAHAT ETTİK" yazısı içinde serifsiz tamamı büyük harflerden oluşan bir yazı karakteri seçildiği görülmektedir. Kahve tonunda yazılan bu yazıda hiyerarşik düzen olarak ana başlıktan daha küçük punto değerinde kullanıldığı ve yazının bütününde okunma sırasının alt başlıktan ana başlığa doğru olduğu görülmektedir. Ana başlık ne kadar dikkat çekmekte olsa da yazının okunması "TEZEKLE ODUNU DEFETTİK AYGAZ ALDIK RAHAT ETTİK" sıralaması ile devam etmektedir. Afişi imgesel öğeler açısından incelediğimizde ana öğenin Anadolu kadını olduğu görülmektedir. Kadının üzerinde bulunan yöresel kıyafetlere bakılarak yapılan bu yorumlamada kadının arkasında yer alan dağlık bir köy imgesi bu çıkarımı desteklemektedir. İmgesel olarak öne çıkan diğer öğeler tüp ve ocaktır. Kadının bir eli tüpü tutarken diğer eli "AYGAZ" yazısının altında yazıya vurgu yapmaktadır. Genel olarak mavi tonlarının hakim olduğu afişte odak noktası imgesel öğelerden oluşmaktadır.



Görsel 10. Aygaz Yazı Analizi

b) Güncel Afiş



Görsel 11. Aygaz Güncel Afişi

	TİPOGRAFİK ÖGELER	1. GÖRÜNÜRLÜK .Renk-Zemin-Şekil ilişkisi	2. OKUNAKLILIK .Espas-Kerning-Yazı Stili/Karakteri" Bold-İtalik..."	3. GÖRSEL HİYERARŞİ .Başlık-Alt Başlık ilişkisi
	• Ana Başlık "DÜNYANIN YEMEĞİNE AYGAZ YETER" • Alt Başlık "TÜRKİYE'NİN LİDER TÜPGAZ MARKASI"	• Mavi tonlarında zemin üzerine beyaz yazı kullanılmıştır. • Mavi tonlarında zemin üzerine beyaz yazı kullanılmıştır.	• Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış. • Serifsiz büyük harfler kullanılarak yazılmış.	• Alt başlık ve ana başlık arasında hiyerarşik düzen orantılı olarak verilmiştir.
İMGESEL ÖGELER	1. BİÇİMSEL .Işık-Renk-Derinlik-Kompozisyon ...	2. İKONOĞRAFİK .Eserdeki Öğelerin Konusu		
• Farklı Kültürlerden İnsan Figürleri • Tüp	• İmgesel öğelerden oluşan afişte zeminde opaklığı azaltılmış mutfak görüntüsü kullanılmıştır. • Dikey bir kompozisyon vardır.	• Afişin odak noktasında tipografik öğeler yer almaktadır. daha sonra bakıldığında yazısın çevresine konumlandırılmış farklı kültürlere sahip insan figürleri olduğu görülmektedir.		

Tablo 11. *Aygaz Güncel Afis Analizi*

Afişteki tipografik öğelere bakıldığında ana başlık olarak "DÜNYANIN YEMEĞİNE AYGAZ YETER" ele alınmaktadır. Mavi tonunda zemin üzerine beyaz, tamamı büyük harflerle serifsiz olarak kullanılan yazının afişte ortalı bloklama ile sayfaya hizalandığı görülmektedir. Ana başlıkta Alt başlık olarak nitelendirilen "TÜRKİYE'NİN LİDER TÜPGAZ MARKASI" yazısında Heiders Sans C Bold fontunun kullanıldığı söylenebilir. Alt başlığın punto değerinin büyüklüğünün ana başlıktan daha az değerde kullanılması hiyerarşik olarak da bir denge oluşturmaktadır. Öğeler açısından incelendiğinde afişte dört farklı figür kullanıldığı görülmektedir. Figürlerin ayrıntılarına bakıldığında farklı kültürlere sahip kişiler olduğu ve tarzlarıyla, ellerinde tuttukları yemek tabaklarıyla kültürlerini destekledikleri görülmektedir. Afişte yoğun olarak kullanılan rengin mavi olmasının markanın da kurumsal rengi olmasından kaynaklı olduğu yorumunda bulunulabilir.

3

³ *Eveleth Clean Regular fontu kullanılmıştır. Ryan Martinson tarafından tasarlanan font Eveleth Clean Regular, Eveleth Clean Thin, Eveleth Clean Shadow olarak üç farklı alt aileye sahiptir.

*Cucu Supriyadi tarafından tasarlanan Heiders Sans C Bold fontu dört alt aileden ve içeriğinde toplamda yetmişbir tane font ailesini barındırmaktadır.

SONUÇ

İhap Hulusi Görey'in Cumhuriyet Döneminde marka ve ürünler için yaptığı tasarımlardan dört (4) tanesi ve seçilen bu markaların güncel tasarımlarının imgesel ve tipografik öğeler açısından analizi yapılmaya çalışılmıştır. Analizler yapılırken tasarımların ait olduğu dönemin özellikleri göz önünde bulundurularak inceleme yapılmıştır. Makalede incelenen grafik ürünlerin analizi sonucunda elde edilen bulgular şöyledir;

1. Kurukahveci Mehmet Efendi

Afiş analizi sonucunda sade ancak etkili bir tasarım üslubunun olduğu çıkarımlarında bulunulabilir. Ayrıca tipografik öğeler açısından bakıldığında hiyerarşik düzenin etkili bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Afişlerde genel olarak marka isminin ön planda olduğu İhap Hulusi Görey tarafından hazırlanan afiş tasarımındaki tipografik öğelerin kendine has bir üslupla yazılmış olduğu ve harflerin yapısındaki anatomik farklılıkların tasarımda oluşturduğu özgünlük dikkat çekmektedir.

2. Türkiye İş Bankası

Afiş analizi sonucunda her iki afiş tasarımının da hiyerarşik düzen içinde dikkat çekici ana başlıklara sahip oldukları görülmektedir. İmgesel olarak kullanılan öğelerin mesajın bütünlüğüne sağladıkları etkilerde dönem koşulları ve kullanılan üslupla alakalı olarak izleyici kitlede etki bıraktığı düşünülmektedir. İhap Hulusi Görey tarafından tasarlanan afişteki dekoratif olarak yazılmış olan "İŞ" yazısının ve güncel afiş tasarımında kullanılan insan figürünün popüler bir kişi olması ve kullanılan tipografik düzende her iki tasarım içinde ilgi çekici bir biçimde kompozisyona yer verilmiştir.

3. Bayer

Görey'in Bayer Firması için yapmış olduğu afiş tasarımına bakıldığında dikkat çekici bir tipografinin kullanıldığı görülmektedir. İncelenen yazı stiline ince bir et kalınlığına sahip olmasına rağmen ana başlığın dikkat çekici olduğu görülmektedir. Yazıda kullanılan zemin ve yazı rengi uyumu, punto büyüklüğünün hiyerarşik düzen içinde dengeli olarak verilmesi başlığın okunabilir olmasını ve dikkat çekiciliğini arttırmış olduğu söylenebilir. Yazının ayrıntılarına bakıldığında İhap Hulusi Görey'in özgün üslubu "A" harfinin

anatomik yapısında görülebilir. Güncel afiş tasarımında da sade, anlaşılır bir dil seçilmiştir ancak tipografik düzende zemin ve yazı rengi arasında tasarım ilkesi açısından oluşan koyu açık renk değer farkı ve bununla birlikte ana başlığın tamamının büyük harflerle oluşturulmasının okunabilirliği zorladığı söylenebilir.

4. Aygaz

Tipografik öğelerin incelenmesinde dikkati çeken “AYGAZ” yazısında kullanılan “A” harfinde crossbar’ın özgünlüğü ve İhap Hulusi Görey’in şahsına ait logosunda olduğu gibi ters üçgen olarak kullanılmış olduğu dikkati çekmektedir. Özgün bir düzenlemeye sahip olan yazıda hiyerarşik olarak eksiklikler olmasına rağmen başlığın okunma sırası izlendiğinde ve imgesel öğelerle olan uyumlama değerlendirildiğinde oldukça etkili bir tasarım anlayışına sahip olduğu görülmektedir. Güncel afiş tasarımına bakıldığında hiyerarşik düzen içinde verilen tipografik öğelerde mesajın net ve kullanılan imgesel öğelerle uyumlandırılmasının başarılı bir şekilde verildiği görülmektedir.

Genel olarak İhap Hulusi Görey tarafından yapılan çalışmalar için Cumhuriyet’in ilk yıllarının imkân ve koşullarına rağmen göstergebilimsel açıdan imgelerin karşı tarafa aktarımı etkin bir şekilde kullanılmıştır.

Çalışmaları tipografik öğeler açısından incelediğimizde henüz hiçbir tipografik terminoloji, sayısal font tasarımı, yaygın bir yazı stili veya tasarımların çoğaltım tekniklerindeki pratik uygulamaların olmaması tasarımların ve özellikle kullanılan yazı stillerinin özgün olduğunu açıkça göstermektedir. Seçilen markaların güncel tasarımlarına bakıldığında ise imgesel anlamda zayıflıkların varlığı ancak tipografik öğelerin çözümlenmesinde hiyerarşik zayıflıkların daha baskın olduğu görülmektedir. Güncel koşul ve imkanların tasarıma etkisinin olumlu yönde olması beklenirken aksine birçok çalışma tasarım ilkeleri ve tipografi terminolojisi bakımından zayıf olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

ALTUNTEK, S.N. (1993) “İlk Türk Matbaasının Kuruluşu ve İbrahim Müteferrika” Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 1 (10) s. 196.

BECER, E. (2015) *İletişim Ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitapevi.

AMBROSE, G. & Harris, P. (2014) *Grafik Tasarımda Tipografi*, çev. Bengisu Bayrak. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Er, M. (2012) “İhap Hulusi Görey’in Cumhuriyet Dönemi Afişlerinin Göstergebilimsel Açından İncelenmesi” *Türkbilig*, 23. 115-132

DURMUŞ, T. B. (2017) “Matbaa Teknolojisinin Osmanlı Devletine Giriş Koşulları ve Tartışmalar” *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2, s. 956.

MERTER, E. (2007) *Cumhuriyeti Afişleyen Adam, İhap Hulusi Görey 110 Yaşında*, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

TUNABAYSAL, R. (2020) “Toplumsal Modernleşmede Bir Figür Olarak İhap Hulusi Görey” *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi AnaBilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi*

GÜREŞEN, H. A. (2017) “İhap Hulusi Görey’in Reklam Afişlerinin Göstergebilimsel Bir Analizi” *Ankara, Gazi Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü*

GÖRSEL KAYNAKÇASI

Görsel 1 (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://mehmetefendi.com/docs/media-cat-mayis-2017-marka-hikayeleri-eki.pdf>

Görsel 3: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://cargocollective.com/caglaratalay/filter/ilan/Kurukahveci-Mehmet-Efendi>

Görsel 4: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<http://www.leblebitozu.com/afis-sanatinin-turkiyedeki-oncusu-ihap-hulusi-gorey/>

Görsel 5: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<http://emredogru.com/main?ID=318&KID=1>

Görsel 6: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/afislerle-cumhuriyet-tarihi,WxazZPkavUW-hYrHbRCNhw/BBzc8Xuiwki48HVPV6ol1w>

Görsel 8: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://www.facebook.com/BayerTurkiye/photos/a.548944508493560/819108554810486>

Görsel 9: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://halklailiskiler.co/cumhuriyetten-cizgi-dunyasina-ihap-hulusi-gorey/>

Görsel 11: (Erişim Tarihi: 02.03.2022)

<https://birmilyonnokta.com/firmalar/yetimoglu-aygaz>